

An aerial, top-down view of a diverse crowd of people of various ages and ethnicities scattered across a plain white background. The people are engaged in various activities, such as walking, talking, and playing. Some are pushing strollers, and one person is in a wheelchair. The overall scene conveys a sense of a busy, inclusive public space.

Lucia Ďuračková

Silvia Kujovičová

Insight

Slováci sú **štedrý** národ,
ochotný pomáhať, ale
netransparentnosť,
presýtenosť a negatívne
predchádzajúce
skúsenosti s NO ich robia
nedôverčivými.



Big Idea

Prepojenie darcov s reálnymi príbehmi



Vyzveme potenciálnych darcov a ukážeme im **reálne osudy ľudí**, ktorí práve o pomoc žiadajú na overenom portáli dakujeme.sk

Takto **odstránime bariéru nedôvery** k NO a zároveň vytvoríme množstvo nových pekných a najmä úspešných príbehov

Realizácia



1

Vyberieme fotky **potenciálnych darcov** (obyčajných ľudí, celebrity, značky, médiá)



2

Vybrané fotky **obrandujeme** a doplníme o **personalizovaný message**

3

Takto upravené fotky umiestnime na profile [dajujeme.sk](https://www.dajujeme.sk) s **označením potenciálneho darcu**



Aktivácia



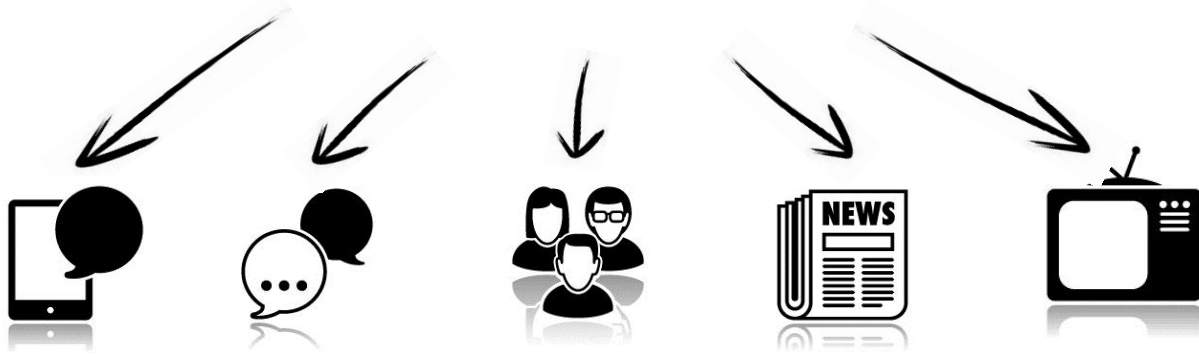
Notifikáciou o označení v statuse **získame pozornosť** ľudí. Bude ich zaujímať, prečo boli použité ich fotky niekým úplne cudzím.

Avšak po prečítaní jedinečnej správy, si všimnú, že niekto im chce poďakovať za pomoc.

Čo v nich **vyvolá zvedavosť**, začnú zisťovať viac, oboznamovať sa s príbehom.

Čo vyústi **do ochoty pomôcť** konkrétnym rodinám.

Efekt mediálnej komunikácie



Za nulový mediálny rozpočet, získame silné mediálne pokrytie:

Keďže komunikáciu iniciujeme na sociálnej sieti, ktorá sa bude ďalej šíriť **virálne**.

A následne **bude myšlienka prevzatá aj ďalšími médiami**, takže celá komunikácia bude viditeľná naprieč viacerými médiami.

Výsledok



Kampaňou **posilíme povedomie** o možnostiach pomoci cez **dôveryhodnú organizáciu** - dakujeme.sk.

Nárast objemu darovaných prostriedkov doručí **viac príbehov so šťastným koncom**.